

# Campioni e spettacolo

Alcuni momenti di spettacolo, festeggiamenti, premi e i campioni dello sport durante l'edizione 2015 di Made expo/by redazione

A Made expo 2015 si è visto di tutto. Soluzioni tecnologiche, strumenti utili, innovazioni ma la fiera è stata come al solito l'occasione per festeggiare, premiare o semplicemente mettere in mostra i propri campioni.

Andiamo con ordine.

Con l'evento "25 anni sotto un buon segno", Hörmann Italia ha festeggiato il suo primo quarto di secolo (1). Filiale dell'omonimo Gruppo, l'azienda è ad oggi un punto di riferimento per l'intero mercato italiano nel settore delle chiusure civili e industriali e conta 50 addetti diretti, nonché una rete capillare di oltre 500 qualificati concessionari di zona e 90 agenti commerciali uniformemente distribuiti su tutta la penisola.

L'evento si è svolto il 18 marzo, all'interno della Sala Fiera Milano Lounge, nel contesto di Made expo.

Davanti a una platea gremita da agenti e concessionari, è stato l'ad Stefano Tuccio a dare il benvenuto a tutti gli invitati, riflettendo sui valori alla base della filosofia aziendale: "Le persone, le partnership, l'innovazione e la responsabilità, verso gli uomini e verso l'ambiente sono le fondamenta su cui è stato costruito un brand che è stato sino ad oggi portato avanti da quattro generazioni."

Christoph Hörmann, presidente del Gruppo Hörmann ha ringraziato l'intero team della filiale italiana nonché tutta la forza vendita per i 25 anni di successi riscossi e ha trattato il tema degli sviluppi internazionali dell'azienda e del rafforzamento della leadership mondiale. "Gli asset su cui puntiamo sono le economie di scala, la specializzazione, il deciso sostegno alla distribuzione commerciale e in particolare gli investimenti in evoluzione tecnologica non solo dei nostri prodotti ma anche dei nostri stabilimenti produttivi. Negli ultimi anni, ben 220 milioni di euro."

Edoardo Rispoli, direttore commerciale e cofondatore della filiale italiana ha ripercorso le fasi salienti della storia della Hörmann in Italia.

"Chi venisse a contatto con la nostra real-



tà per la prima volta oggi, non penserebbe mai che, l'inizio di tutto, 25 anni fa, è stato nel soggiorno di un appartamento, dal quale ricevevamo i primi ordini e compilammo a mano le prime fatture, ha avuto il via per Hörmann Italia una storia di successi ottenuti grazie a un lavoro duro, intenso, mai pago, ma anche elargitore delle più grandi soddisfazioni. In questo lungo percorso, abbiamo movimentato 550 milioni di euro, abbiamo servito oltre 42.000 clienti, e abbiamo gestito 12.000 Tir di merce in arrivo dagli stabilimenti produttivi. Nel 1990, volevamo realizzare qualcosa che durasse e così è stato. Dobbiamo dunque essere orgogliosi di questi 25 anni ma ancor più felici di continuare a costruire insieme il nostro futuro".

A seguire gli interventi del direttore tecnico Hörmann Raimondo Frau e di Fabrizio Romanella, agente Hörmann per le Marche sin dagli esordi della filiale italiana, che ha raccontato di essere riuscito negli anni a con-

**A Made expo 2015 si è visto di tutto. Soluzioni tecnologiche, strumenti utili, innovazioni ma la fiera è stata come al solito l'occasione per festeggiare, premiare o mettere in mostra i propri campioni**

quistarsi una reputazione di elevato livello come riferimento qualificato nella sua zona e di aver costruito, grazie a ciò, il futuro della sua impresa. La testimonianza di Sergio Molteni invece, responsabile vendite della storica Concessionaria Hörmann MPM Elettrotecnica, ha proposto il tema della qualità, da intendersi non come valore assoluto, bensì come un qualcosa che cambia a seconda della percezione che riusciamo a darle, grazie ad ascolto, competenza e passione.

Federico Della Puppa, economista dello Iuav di Venezia ha ricordato "Non dobbiamo aspettarci una ripresa. Quel che è certo è che sta avvenendo un cambiamento epocale che è necessario affrontare con un diverso approccio: "imparando a disimparare"; iniziando ad analizzare a fondo le situazioni nonché a porsi le giuste domande per catturare i nuovi bisogni inespressi e proporre le giuste soluzioni; innovando ma in modo consapevole, cioè qualificandosi e utilizzan-



do i giusti strumenti; divenendo flessibili, resilienti, in grado di adattarsi ai più nuovi e diversi assetti."

Ha concluso l'incontro uno dei nomi più famosi della pallacanestro italiana: il coach Dan Peterson (2) che ha affermato: "Per avere successo occorrono spirito di sacrificio - la disponibilità a mettersi in gioco per obiettivi condivisi - senso di appartenenza - l'orgoglio e la consapevolezza di essere parte di un team vincente - e spirito di squadra".

### 65 anni molto ben portati

Dai 25 anni di Hormann Italia ai 65 anni festeggiati da FerreroLegno storico produttore di porte in legno per interni.

Presso il suo stand si è svolto un brindisi benaugurale.

"Da quando come semplice laboratorio artigianale - ha sottolineato Ilaria Ferrero, direttore generale FerreroLegno - progettavamo porte all'avanguardia, la precisa volontà di investire dedizione, professionalità e attenzione nella creazione di porte d'arredo che siano riconoscibili per l'unicità dei materiali e per la cura con cui sono ideate e costruite, ci ha guidato fino ad oggi. 65 anni per noi rappresentano un traguardo che racchiude una

costante attenzione verso la qualità e verso la ricerca in innovazione tecnologica, estetica e funzionale. Elementi imprescindibili e di continuità che connotano ogni scelta aziendale, allora come oggi"

Questa importante realtà industriale tutta italiana, con sede a Magliano Alpi (CN) si sviluppa su una superficie coperta di 25.000 mq, con 85 dipendenti, un fatturato 2014 compreso tra 20/25 milioni di euro con un Ebitda 15%. Rilevante anche l'indotto generato per il territorio locale. La forza dell'azienda è infatti la produzione totalmente Made in Italy. Nata come piccolo laboratorio artigianale nel 1950, FerreroLegno intraprende negli anni '70 una produzione industriale, diventando oggi, dopo 65 anni di attività, ambasciatrice dell'Autentico Valore Italiano, quel mix di creatività e reattività, visione e intuito, uniti all'innata capacità di saper rispondere ai cambiamenti attraverso l'innovazione. Nell'immagine 3 Ilaria Ferrero col padre Giuseppe e uno dei fratelli.

### 24 serramentisti premiati

Sono 24 i serramentisti vincitori dello Schüco Home Award 2015 (4), l'iniziativa di Schüco Italia nata per premiare i Partner che per pri-

mi hanno aderito al programma Schüco Home, messo a punto dall'azienda per far crescere i propri serramentisti nel mercato residenziale offrendo loro competenze tecniche, commerciali e di marketing specifiche per dialogare con il consumatore finale. Con oltre 75 Partner di Qualità Finestre, 35 Show-room realizzati, più di 130 aziende aderenti al servizio di credito al consumatore, circa 40 Partner interessati all'ampliamento della propria visibilità sul web e 24 vincitori premiati, il progetto Schüco Home ha riscosso grandi consensi. Il numero notevole di adesioni dimostra non solo il successo dell'iniziativa, ma anche la volontà di Schüco Italia di fare rete con i propri Partner, sostenendoli in modo concreto e costruttivo: i vincitori dell'Award, infatti, hanno ottenuto un ulteriore affiancamento da parte dell'azienda nelle loro attività dedicate al mercato residenziale, avendo così la possibilità di offrire servizi e soluzioni ancora più vicini alle esigenze delle persone.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati del programma Schüco Home - afferma Roberto Brovazzo, direttore generale di Schüco Italia - ma soprattutto siamo molto orgogliosi dei serramentisti Partner premiati, che si sono



**“Per avere successo occorrono spirito di sacrificio - la disponibilità a mettersi in gioco per obiettivi condivisi - senso di appartenenza - l'orgoglio e la consapevolezza di essere parte di un team vincente...”**

della kermesse, si sono esibiti a turno allo stand Fakro (5). Con il loro show di freestyle, gli atleti hanno dimostrato la resistenza d'eccezione della finestra Fakro da tetto piano, messa alla prova da accattivanti salti acrobatici eseguiti da un cubo di 150 cm di altezza.

Le performances, che hanno avuto luogo quattro o cinque volte al giorno, hanno riscosso grande successo, attirando ogni volta numerosi visitatori.

La finestra DXW garantisce inoltre elevati parametri termoisolanti: autentica evoluzione del prodotto tradizionale con cupola, è infatti dotata di un doppio vetrocamera realizzato mediante un sofisticato sistema di incollaggio dei vetri e contraddistinto da un coefficiente di trasmittanza termica  $U_g = 0.5 \text{ m}^2/\text{K}$ .

Fakro è il secondo player mondiale nel settore delle finestre da tetto. Fondata nel 1991 in Polonia da Ryszard Florek, attuale presidente della società, l'azienda si è negli anni costantemente ampliata, arrivando a conquistare i più svariati mercati, dall'Europa alla Cina, dagli Stati Uniti al Giappone. Azienda familiare ad oggi presente in 47 paesi, Fakro ha al suo attivo 15 società di distribuzione e 12 stabilimenti produttivi per una superficie di 200 mila metri quadri. Le esportazioni costituiscono più del 70% delle vendite dell'azienda. Con oltre 3300 dipendenti, il Gruppo Fakro detiene il 15% circa delle quote del mercato delle finestre per

impegnati con determinazione per qualificare ulteriormente il proprio lavoro e diffondere così nel territorio un servizio al cliente ancora più efficiente. Il loro impegno non solo dimostra la volontà di fronteggiare una situazione di mercato ancora difficile, ma si allinea anche all'orientamento dell'azienda verso lo sviluppo di soluzioni di prodotto e servizio che rispondano sempre più alle reali esigenze dei consumatori.”

Le 24 aziende a cui Schüco Italia ha conferito lo Schüco Home Award durante un festeggiamento allo stand di Made expo il 18 marzo. Sono: Odoardi Pietro & C. di Montesilvano, Re.Fra di Spoltore, Cmp Infissi di Osimo, Panella & Di Iorio di Cappelle Sul Tavo, RZ di Arconate, M.G.M. di Trescore Cremasco, Piazzo Luciano Serramenti di Isola del Cantone, Mulattieri di Colico, Vetrar Ser di Calolziocorte, Seal Noseda

Antonio di Tavernerio, Paoli Infissi di Capannori, Modoal di Fara in Sabina, Rieti, Cia Costr. Inf. Alluminio di Roma, Dimensione Alluminio di Passeri, Stilinfissi di Andria, Officine Filoni di Galatone, Sicilcima di Grammichele, F.lli Ricchiuti di Bari, Sagge-se di Nocera Inferiore, Euroinfissi di De Florio Irene di Rutigliano, Fenix di Montebelluna, Lomi di Campodarsego, Carlo Nobili di Seveso, F.lli Carugo di Rovellasca.

### Finestre a prova di biker

La nuova finestra calpestabile per tetti piatti DXW Fakro è stata presentata in anteprima assoluta sul mercato italiano nel corso di Made expo. A evidenziare le evolute prestazioni in termini di robustezza di questo nuovo serramento sono state le spettacolari performances dei due bikers Luca Monaci e Roberto Previtali che, in occasione



tetto a livello globale. Significativo il numero degli ingegneri nel reparto di ricerca & sviluppo: oltre 100. Idem per il numero di brevetti: 103.

### Tanto calcio a Made

Se ne è visto dappertutto. A cominciare dalle belle ragazze che indossavano la maglia della Sampdoria (sponsor Parà), al campione di free style Krzysztof Golonka colla maglia coi colori dell'Inter inviato da Oknoplast (7) dietro al proprio stand per mostrare veri giochi di prestigio col pallone da calcio e a stimolare i visitatori a fare altrettanto.

Non sono mancati i campioni: Andrea Pirlo allo stand Drutex (8) che proprio nell'occasione ha rinnovato il proprio contratto che lo lega al marchio polacco di finestre. La decisione di prolungare la collaborazione col giocatore è il risultato della grande sinergia sviluppata nel corso dell'ultimo anno, che ha fatto registrare all'azienda un sensibile aumento della riconoscibilità del marchio. La popolarità di Drutex è cresciuta anche grazie alla forte campagna pubblicitaria, che insieme a Pirlo, ha visto protagonisti altre due campioni del mondo del calcio, Philipp Lahm e Jakub Błaszczykowski.

"Sono molto orgoglioso - ha detto Leszek Gierszewski, ceo e presidente di Drutex - di poter collaborare ancora con Andrea Pirlo - un giocatore professionista di enorme

prestigio, campione italiano ed internazionale, amato da milioni di fan in tutto il mondo. La nostra collaborazione di questi mesi ha confermato che abbiamo molto in comune - condividiamo anche gli stessi valori nel mondo degli affari e dello sport, è tutta una questione di fair play e strategia. Abbiamo sempre cercato e scelto solo i partner migliori, i più professionali e affidabili e questa volta possiamo affermare che l'obiettivo sia pienamente centrato. Drutex è il numero uno in Europa e stiamo rafforzando la nostra posizione a livello mondiale. Sono certo che avendo nella nostra squadra un grande giocatore come Andrea, saremo in grado di crescere ancora più velocemente". Da parte sua Andrea Pirlo ha così commentato: "Mi rende molto felice essere stato confermato testimonial di Drutex: in questo anno ho potuto assistere ad un notevole rafforzamento della sua posizione in Italia e sono sicuro che l'azienda ha ancora del grande potenziale da esprimere nel nostro Paese".

E poi i giocatori dell'Inter Fredy Guarin (9) e Lukas Podolski (10) rapidamente circondati da una moltitudine di persone quando sono comparsi allo stand Oknoplast che lo ricordiamo è Top sponsor della squadra milanese.

Da Parà sono comparsi gli uomini del club della Sampdoria, allenatore compreso Nella foto 6 Sinisa Mihajlovic e Luis Muriel tra loro Marco Parravicini: "Siamo un'azienda

italiana - spiega Marco Parravicini, ad della Parà Tempotest -, che dal 1921 produce tessuti di alta gamma per l'arredamento, la nautica e per l'outdoor, in particolare per la tenda da sole. Produciamo in Italia ed esportiamo in tutto il mondo. Persino il presidente Obama ha scelto i nostri tendaggi per la Casa Bianca. Per la prima volta ci troviamo a sponsorizzare un club di Serie A e siamo orgogliosi di poter porre il nostro nome sulla maglia più bella al mondo". "Il nostro impegno nello sport - prosegue il marketing manager Paolo Patruno che ha curato direttamente i rapporti con Sampdoria per il raggiungimento dell'accordo di sponsorizzazione: è da sempre molto forte: abbiamo sponsorizzato eventi e squadre nel mondo del basket, del ciclismo, del tennis, dell'atletica. Desideravamo fortemente sbarcare in Serie A. Perché diventare partner di una squadra di calcio? Nello sport c'è fair play, grande impegno, voglia di sana competizione e di raggiungere i propri obiettivi, che sono tutte cose che rispecchiano la nostra mission aziendale. Dopo famiglia e scuola, lo sport è il terzo grande pilastro dell'educazione. E poi c'è un'analogia tra i nostri prodotti e gli atleti di altissimo livello: entrambi devono offrire grandi performance". Infine ci piace ricordare la splendida modello vestita di alluminio (stand Amea 12) e il disegnatore che giorno dopo giorno ha "coperto" i lati dello stand Velux (11).